

MOTIF, INTENSITAS DAN DAMPAK PENGGUNAAN SITUS OMEGLE.COM DI KALANGAN MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY

MOTIVES, INTENSITY AND EFFECT OMEGLE.COM SITE AMONG UNIVERSITY STUDENTS OF TELKOM

Ferdi Bevandhy ¹, Nur Atnan, S.IP., M.Sc ²

Prodi S1 Ilmu Komunika, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ferdibevandhyyy@gmail.com, ²nuratnan@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin pesat, salah satunya adalah internet. Banyak sekali situs-situs atau website di internet yang menggunakan layanan pengirim pesan instan. Situs-situs ini memudahkan pengguna untuk berkomunikasi tanpa mengenal jarak dan waktu. Salah satu media yang digunakan untuk berkomunikasi adalah situs omegle.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan situs omegle.com di kalangan mahasiswa Telkom university.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 100. Sampel ditentukan secara purposive melalui teknik non probability sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata motifasi penggunaan situs omegle oleh mahasiswa Telkom university termasuk kategori setuju, ingin mendapatkan informasi, pengembangan identitas pribadi, dorongan mewujudkan integritas dan interaksi sosial dan ingin mendapatkan hiburan. Sedangkan Intensitas penggunaan situs omegle.com oleh mahasiswa Telkom university termasuk kategori setuju. Serta dari sisi dampak penggunaan situs omegle oleh mahasiswa Telkom university, dampak Cybercrime dan Pornografi lebih dominan dibanding dampak Media Relasi dan Media Komunikasi.

Kata kunci : internet, media sosial, omegle, pemanfaatan

ABSTRACT

Technological developments increasing rapidly, one of which is the internet. many sites or websites on the internet that use instant messaging service. These sites simplify users to communicate regardless of distance and time. One of the medium used to communicate is omegle.com site. This research aims to find out how omegle.com site utilization among Telkom university students.

This research uses quantitative method. Data analysis technique using descriptive analysis with the number of samples of 100. Samples are determined purposively through non-probability sampling techniques.

The results of this study indicate the average motive of omegle site usage by Telkom university students including the categories of agree, want to get information, the development of personal identity, the impulse to realize the integrity and social interaction and want entertainment. Whereas the intensity of omegle.com site usage by Telkom university students is categorized as agreed. As well as from the impact of omegle site usage by Telkom university students, the impact of Cybercrime and Pornography is more dominant than the impact of Media Relation and Media Communication.

Keywords: inernet, social media, omegle, utilization

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan teknologi semakin pesat, salah satunya adalah internet. Hampir semua orang bisa mengakses internet dengan sangat mudah, untuk mencari atau mendapatkan informasi orang hanya menggunakan internet baik dari *handphone* maupun laptop. Tercatat bahwa internet digunakan oleh lebih dari 3,2 milyar orang di dunia.⁵ Di negara Indonesia jumlah pengguna internet tahun 2016 mencapai 53 juta pengguna.⁵ Tingginya jumlah pengguna internet mengakibatkan banyaknya penggunaan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi. Contoh media sosial yang saat ini banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram. Berdasarkan data yang ada pada latar belakang di yang ada menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia adalah provinsi Jawa Barat. Begitu juga dengan jumlah pengguna media sosial. Dan kota di Jawa Barat dengan penggunaan internet serta media sosial terbanyak adalah kota Bandung. Instagram sebagai media sosial banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa. Di Indonesia mahasiswa terbanyak adalah mahasiswa di provinsi Jawa Barat. Bandung sebagai ibukotanya merupakan penyumbang terbanyak yaitu 55% dari total mahasiswa di Jawa Barat.

Kecanggihan teknologi di era globalisasi saat ini memungkinkan pengguna mengakses informasi serta berkomunikasi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan waktu. Salah satunya situs *omegle.com*, pengguna tidak hanya berkomunikasi dengan warga Negara Indonesia saja bahkan dengan warga Negara asing sekalipun. Pada penelitian kali ini peneliti ingin mengetahui melalui mahasiswa Telkom university bagaimana Motif, Intensitas serta dampak penggunaan situs *omegle.com* tersebut.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Analisis motif penggunaan situs *omegle.com* pada kalangan Telkom university.
2. Mengukur intensitas waktu penggunaan situs *omegle.com* pada kalangan mahasiswa Telkom university
3. Analisis dampak dari penggunaan situs *omegle.com* pada kalangan mahasiswa Telkom university.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Berdasarkan paradigma Laswell, secara sederhana proses komunikasi adalah bagaimana komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada komunikan yang menimbulkan efek tertentu.

2.2 Social Media

Menurut Van Dijk (2013) dalam (Nasrullah, 2015:11) menjelaskan media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi manusia dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Jadi, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun ketika sedang berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

2.3 New Media

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009:28-29).

2.4 Intensitas Komunikasi

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Devito (2009) bahwa intensitas komunikasi adalah tingkat kedalaman dan keluasan pesan yang terjadi saat berkomunikasi dengan orang. intensitas komunikasi yang terjadi secara mendalam ditandai dengan adanya kejujuran, keterbukaan dan saling percaya yang dapat memunculkan suatu respon dalam bentuk perilaku atau tindakan.

2.5 Dampak Media

Menurut McQuail (1987: 227), yang menjadi premis bagi seluruh penelitian tentang komunikasi massa adalah adanya pengaruh, efek atau dampak yang ditimbulkan oleh media massa kepada khalayak atau audiens.

Secara sederhana efek atau dampak bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Efek atau dampak media dapat bersifat positif atau dan negatif.

2.6 Motif

Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertindak laku dikarenakan adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam subjek untuk melakukan aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Menurut Sigmund Freud, motif merupakan energi dasar yang mendorong tingkah laku individu yang dikemukakan oleh Sardiman (dalam Mellyaningsih 2016:3).

Motif merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan aktivitas yang berasal dari dorongan dalam diri dan diakhiri dengan penyesuaian diri dimana penyesuaian diri ini dikatakan untuk memuaskan motif. Pada dasarnya motif atau kebutuhan merupakan sebuah dorongan utama dari kegiatan. Dalam hubungannya dengan suatu media, menurut teori *behaviorisme* "*law of effects*" perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi, artinya kita tidak akan menggunakan media bila media tersebut tidak memberikan kepuasan pada kebutuhan kita. Jadi jelaslah kita menggunakan suatu media didorong oleh motif-motif tertentu (Rakhmat, 2007:116)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan tujuan penelitian adalah Deskriptif.

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2016:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa aktif Telkom University. Jumlah mahasiswa aktif Telkom University tahun 2017 adalah 23.683 mahasiswa. Maka untuk menentukan sampel penulis menggunakan rumus slovin dengan tingkat presisi atau tingkat signifikan yang ditetapkan peneliti yaitu 10% atau 0,1 yang menghasilkan sampel sebanyak 99,579 orang. Untuk menghindari kesalahan dalam pengumpulan data maka peneliti membulatkan menjadi 100 orang.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:194) Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
2. Observasi
Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.
3. Studi Pustaka
Studi pustaka dilakukan guna mencari data atau informasi penelitian melalui membaca buku referensi, penelitian atau jurnal-jurnal ilmiah terdahulu serta melalui media internet.

3.3 Teknik Analisis Data

3.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu analisis statistik yang biasa digunakan untuk penelitian dalam menganalisis data dengan gambaran-gambaran atau deskripsi dari data yang ada tanpa membuat suatu kesimpulan secara umum (Sanusi, 2011:116). Oleh karena itu, peneliti menggunakan analisis deskriptif ini untuk mendeskripsikan data penelitian yang sering digunakan, yaitu frekuensi dan rata-rata. Analisis deskriptif ini juga digunakan untuk mendapatkan presentase dari persepsi mahasiswa di Telkom University mengenai variabel Motivasi Pengguna, Intensi Pengguna dan Dampak Penggunaan.

Pengukuran dilakukan menggunakan kuesioner dengan empat pilihan jawaban (Setuju, Ragu-ragu/Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju) yang harus dipilih oleh responden untuk menanggapi setiap pertanyaan yang diberikan. Peneliti kemudian menyusun kriteria penilaian untuk setiap pertanyaan berdasarkan hasil presentase dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai kumulatif adalah jumlah dari setiap pertanyaan yang merupakan tanggapan dari responden.
2. Presentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya, kemudian dikalikan 100%.
3. Jumlah responden adalah 100 mahasiswa dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 4 (empat) dan skala pengukuran terkecil adalah 1 (satu), sehingga diperoleh :

$$\text{Jumlah kumulatif terbesar: } 100 \times 4 = 400$$

$$\text{Jumlah kumulatif terkecil: } 100 \times 1 = 100$$

4. Menghitung nilai presentase terbesar dan nilai presentase terkecil menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Presentasi} = \frac{\text{Nilai kumulatif item}}{\text{Nilai frekuensi}} \times 100\%$$

$$\text{Nilai presentase terbesar : } (400/400) \times 100\% = 100\%$$

Nilai presentase terkecil : $(100/400) \times 100\% = 25\%$

5. Menghitung nilai rentang menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{\text{Nilai presentase terbesar} - \text{Nilai presentase terkecil}}{\text{Jumlah titik skala}}$$

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{100\% - 25\%}{4} = 18,75\%$$

Kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan dijelaskan dalam bentuk kategori interpretasi persentase hasil dari langkah-langkah perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel.3.4 ;

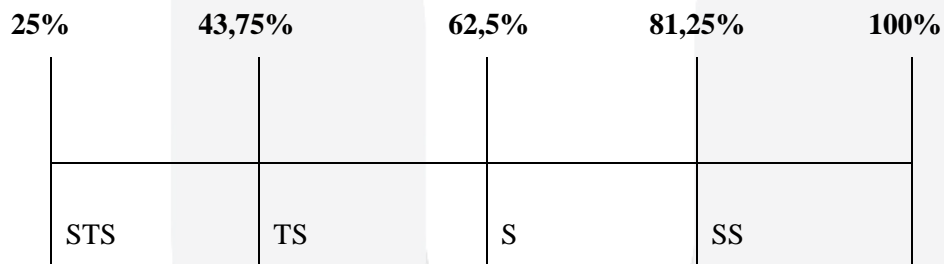
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian

No	Presentase	Kategori Penilaian
1	>25% - 43,75%	Sangat Setuju
2	>43,75% - 62,5%	Setuju
3	>62,5% - 81,25%	Tidak Setuju
4	>81,25% - 100%	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Olahan Peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 3.4 di atas, kategori interpretasi skor dapat dilihat melalui garis kontinum seperti pada gambar 3.2 berikut ini:

Gambar 3.5 Garis Kontinum



Sumber: Olahan Peneliti, 2018

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Administrasi Bisnis	6	6,0
2	Ilmu Komunikasi	48	48,0
3	Mbti	13	13,0

4	Akuntansi	12	12,0
5	Teknik Elektro	2	2,0
6	D3 Teknik Informatika	1	1,0
7	S1 Teknik Informatika	1	1,0
7	Seni Rupa	1	1,0
8	DKV	9	9,0
9	Sistem Informasi	3	3,0
10	Teknik Industri	2	2,0
11	Teknik Telekomunikasi	1	1,0
12	Teknik Komputer	1	1,0
Total		100	100,0

Tabel diatas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jurusan. Dari 100 orang yang diteliti 6 orang (6,0%) diantaranya berasal dari jurusan Administrasi Bisnis, 48 orang diantaranya berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi, 13 orang diantaranya berasal dari jurusan Mbti, 12 orang diantaranya berasal dari jurusan Akuntansi, 2 diantaranya berasal dari jurusan Teknik Elektro, 1 diantaranya berasal dari jurusan D3 teknik Informatika, 1 diantaranya berasal dari jurusan S1 Teknik Informatika, 1 diantaranya berasal dari jurusan Seni Rupa, 9 diantaranya berasal dari jurusan DKV, 3 diantaranya berasal dari jurusan Sistem Informasi, 2 diantaranya berasal dari jurusan Teknik Industri, 1 diantaranya berasal dari jurusan Teknik Telekomunikasi, 1 diantaranya berasal dari jurusan Teknik Komputer

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Tabel 4.3 Jenis Kelamin

No	Fakultas	Frekuensi	Persentase (%)
1	FEB	24	24,0
2	FIF	2	2,0
3	FIK	10	10,0
4	FIT	2	2,0
5	FKB	53	53,0
6	FRI	5	5,0
7	FTE	4	4,0
Total		100	100,0

Tabel diatas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan Fakultas. Dari 100 orang yang diteliti, 24 orang (24,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FEB, 2 orang (2,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FIF, 10 orang (10,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FIK, 2 orang (2,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FIT, 53 orang (53,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FKB, 5 orang (5,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FRI dan 4 orang (4,0%) diantaranya berasal dari Fakultas FTE. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden adalah pria.

4.2 Analisis Deskriptif

1. Motif penggunaan situs omegle.com dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university :

- Motif informasi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 75,5%.
- Motif identitas pribadi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 79,4%.
- Motif integrasi & interaksi sosial dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 68,2%.
- Motif hiburan dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 76,28%.

2. Intensitas penggunaan situs omegle.com dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university :

- Frekuensi dan durasi kegiatan dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori tidak setuju dengan persentase sebesar 57,65%.
- Perhatian pada saat berkomunikasi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 65,15%.
- Keteraturan dalam berkomunikasi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori sangat setuju dengan persentase sebesar 89,3%.
- Isi komunikasi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 72,8%.

3. Dampak penggunaan situs omegle.com dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university :

- Dampak Media Relasi dan Media Komunikasi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori setuju dengan persentase sebesar 79,55%.
- Dampak Cybercrime dan Pornografi dalam penggunaan situs omegle.com jika dilihat dari perspektif mahasiswa Telkom university termasuk dalam kategori sangat setuju dengan persentase sebesar 87,2%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan motif penggunaan situs omegle.com, Motif identitas pribadi merupakan motif yang paling dominan dibandingkan dengan aspek lainnya. Berdasarkan perspektif mahasiswa Telkom University motif ini termasuk dalam kategori **Setuju** dengan persentase **79,4 %**. Pada situs omegle.com ini pengguna dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri serta dapat menemukan pengguna dengan berbagai macam perilaku.

2. Berdasarkan intensitas waktu penggunaan, Keteraturan berkomunikasi dalam penggunaan situs omegle.com merupakan yang paling dominan dibandingkan dengan aspek lainnya. Berdasarkan perspektif mahasiswa Telkom University aspek ini termasuk dalam kategori **Sangat Setuju** dengan persentase sebesar **89,3%**. Pada situs ini omegle.com user dapat bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang sama dikarenakan memiliki kesamaan aktivitas yang dilakukan secara rutin dan teratur.

3. Berdasarkan dampak penggunaan situs omegle.com, Cybercrime dan pornografi merupakan aspek yang paling dominan dibandingkan dengan aspek lainnya. Berdasarkan perspektif mahasiswa Telkom university aspek ini termasuk dalam kategori **Sangat Setuju** dengan persentase sebesar **87,2%**, yang berarti situs omegle.com ini masih banyak ditemukan kejahatan dunia maya seperti penculikan, terror, rasis, serta unsur pornografi.

5.2 Saran

5.2.1 Untuk Pengguna & Omegle.com

1. Dari hasil analisis deskriptif mengenai motif penggunaan, situs omegle.com harus lebih memudahkan pengguna untuk menemukan informasi serta hiburan.
2. Dari hasil analisis deskriptif mengenai intensitas penggunaan, situs omegle.com harus lebih menarik minat pengguna untuk terus menggunakan situs ini.
3. Dari hasil analisis deskriptif mengenai dampak penggunaan, situs omegle.com harus lebih mengedepankan dampak yang baik bagi pengguna, agar pengguna tidak menyalahgunakan dan dapat memanfaatkan situs ini dengan sebaik-baiknya.

5.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden mahasiswa Telkom university dikarenakan peneliti hanya ingin melihat fenomena yang terjadi pada mahasiswa Telkom university. Oleh karena itu peneliti menyarankan perlunya dilakukan penelitian di kota-kota agar dapat dilihat perbedaannya.
2. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal untuk mengukur bagaimana pemanfaatan situs omegle.com di kalangan mahasiswa Telkom university, oleh karena peneliti menyarankan dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih dalam mengukur pemanfaatan situs omegle.com (social media) agar lebih akurat hasilnya.

Daftar pustaka

- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Devito, Joseph A. 2009. *Komunikasi Interpersonal*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Flew, Terry. 2005. *New Media*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mc.Quail, Dennis. 1987. *Mass Communication Theory*. Jakarta : Erlangga.
- Mc.Quail, Dennis. 1991. *Mass Communication Theory*. Jakarta : Erlangga
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif (dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS)*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2001. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta